

**PERANCANGAN KAMPANYE
PENGENALAN TEKNIK BERTANAM HIDROPONIK
SEBAGAI ALTERNATIF BERCOCOK TANAM
LAHAN SEMPIT BAGI PENGHUNI RUSUN
DI KOTA YOGYAKARTA**



PENCIPTAAN

Yosefine Endang Pertiwi Pangestuti

NIM 1112114024

**PROGRAM STUDI S-1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

2016

**PERANCANGAN KAMPANYE
PENGENALAN TEKNIK BERTANAM HIDROPONIK
SEBAGAI ALTERNATIF BERCOCOK TANAM
LAHAN SEMPIT BAGI PENGHUNI RUSUN
DI KOTA YOGYAKARTA**



**Yosefine Endang Pertiwi Pangestuti
1112114024**

**Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta sebagai
salah satu syarat untuk memperoleh
gelar sarjana S-1 dalam bidang
Desain Komunikasi Visual
2016**

Tugas Akhir Karya Desain berjudul :

Perancangan Kampanye Pengenalan Teknik Bertanam Hidroponik sebagai Alternatif Bercocok Tanam Lahan Sempit bagi Penghuni Rusun di Kota Yogyakarta diajukan oleh Yosefine Endang Pertiwi Pangestuti, NIM 1112114024, Program Studi S-1 Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah disetujui Tim Pembina Tugas Akhir pada tanggal 22 Juni 2016.
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I / Anggota

Drs. Baskoro S.B., M.Sn.
NIP. 19650522 199203 1 003

Pembimbing II / Anggota

FX Widyatmoko, M.Sn.
NIP. 19750710 200501 1 001

Cognate / Anggota

Heningtyas Widowati, S.Pd.
NIP. 19770124 200212 2 002

Kaprodi DKV / Anggota

Drs. Hartono Karnadi, M.Sn.
NIP. 19650209 199512 1 001

Ketua Jurusan Desain / Ketua

Drs. Baskoro S.B., M.Sn.
NIP. 19650522 199203 1 003

Mengetahui
Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta,

Dr. Suastiwi, M.Des
NIP. 19590802 198803 2 002

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul :

**PERANCANGAN KAMPANYE PENGENALAN
TEKNIK BERTANAM HIDROPONIK SEBAGAI
ALTERNATIF BERCOCOK TANAM LAHAN SEMPIT
BAGI PENGHUNI RUSUN DI KOTA YOGYAKARTA**

Yang dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Seni pada Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan atau publikasi dari skripsi atau tugas akhir yang sudah dipublikasikan kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 13 Juni 2016

Yosefine Endang P.P

NIM. 1112114024



Karya ini dipersembahkan untuk:
Ayah di surga, Ibu, Kakak dan Adikku yang senantiasa menyayangi
dan tak hentinya memberikan dukungan hingga sekarang.

KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Pengasih dan Penyayang yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan karya Tugas Akhir ini, yang merupakan salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana (S-1) Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Selama mengerjakan mulai dari awal sampai dengan proses penyelesaian Tugas Akhir, berbagai pihak telah memberikan fasilitas, membantu, membina dan membimbing penulis, sehingga penulisan Konsep Karya Tugas Akhir dengan judul “Perancangan Kampanye Pengenalan Teknik Bertanam Hidroponik sebagai Alternatif Bercocok Tanam Lahan Sempit bagi Penghuni Rusun di Kota Yogyakarta” ini dapat terselesaikan dengan baik. Untuk itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. M. Agus Burhan, M.Hum., selaku Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
2. Dr. Suastiwi, M.Des., selaku Dekan Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
3. Drs. Baskoro Suryo Banindro, M.Sn., selaku Ketua Jurusan Desain, dan Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan bimbingan dan arahan sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan tepat waktu.
4. Drs. Hartono Karnadi, M. Sn., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual.
5. FX Widyatmoko, M.Sn, selaku Dosen Pembimbing II yang juga banyak memberikan masukan selama pengerjaan karya Tugas Akhir ini.
6. M. Faizal Rochman, S.Sn., MT selaku Dosen Pembimbing Akademik, terima kasih atas bimbingan dan dukungan selama ini.
7. Seluruh dosen Desain Komunikasi Visual, ISI Yogyakarta.
8. Ayah di surga dan Ibu tercinta, terimakasih karena selalu mendukung, memberikan doa, semangat dan dorongan agar selalu kuat dalam menghadapi semuanya.

9. Kakak dan Adikku tersayang yang selalu memberikan semangat dan dorongan agar penulis selalu bangkit.
10. Nuga Choiril Umam, terima kasih atas kebersamaan selama ini, dan yang selalu ada untuk memberikan semangat dan dorongan agar penulis terus maju dan selalu tersenyum.
11. Terima kasih untuk Pamega G.S, Eko Hadiwitanto, Anindyan Fitriati, Fiera Chandisa, Mirza Maulana, dan Susiyo Guntur yang juga rela meluangkan waktu untuk membantu terlaksananya pameran.
12. Mas Bayu Widhi Nugroho selaku Ketua Komunitas HIJO (Hidroponik Jogja) yang telah bersedia menjadi narasumber dan banyak membantu dalam pembelajaran bagaimana cara bercocok tanam dengan hidroponik.
13. Bapak Suryadi dari BPP (Balai Penyuluhan Pertanian) Giwangan yang memberikan banyak informasi terkait kegiatan penyuluhan di Kota Yogyakarta.
14. Joglo Ndeso yang sudah memberikan inspirasi dengan membangun kebun hidroponik.
15. Sahabat perjuangan TA, dan teman-teman angkatan serta seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Karya Tugas Akhir.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Karya Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna, karena keterbatasan penulis dalam berbagai hal. Oleh karena itu saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan dari para pembaca.

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih dan penulis berharap semoga Karya Tugas Akhir ini dapat bermanfaat serta menambah wawasan bagi pembaca.

Yogyakarta, 13 Juni 2016

Penulis

ABSTRAK

Kebutuhan akan sayur seakan tak lepas dari hidup manusia. Namun kondisi dimana banyak ditemukan sayuran berpestisida menjadi sebuah hal yang menakutkan, sebab jika sayuran berpestisida tersebut terakumulasi di dalam tubuh, dapat menyebabkan berbagai penyakit termasuk kanker. Untuk itu salah satu cara untuk memulai hidup sehat adalah dengan menanam sayur sendiri. Di perkotaan, lahan untuk bercocok tanam mulai berkurang. Karena tergusur oleh permukiman dan tempat usaha. Susahnya bercocok tanam di lahan sempit seperti yang dirasakan warga rusun Kota Yogyakarta menjadi sebuah permasalahan sosial. Ketidaktahuan masyarakat dalam hal pertanian juga membuat mereka enggan untuk mencoba bercocok tanam. Oleh sebab itu, kampanye pengenalan hidroponik perlu dilakukan agar masyarakat dapat bercocok tanam dengan mudah meski di lahan sempit sekalipun. Selain bisa mencukupi kebutuhan sayur setiap hari, manfaat dari kampanye ini diharapkan nantinya juga dapat meningkatkan produksi tanaman pangan di wilayah Kota Yogyakarta, sehingga mulai dari lingkungan kecil pun, suatu kelompok masyarakat dapat melakukan swasembada pangan. Dinas Pertanian Kota Yogyakarta bersama Komunitas HIJO sebagai komunitas hidroponik di Yogyakarta memiliki potensi besar untuk mengajak warga rusun bercocok tanam meski di lahan sempit dengan teknik hidroponik. Oleh karena itu dengan diadakannya kampanye ini diharapkan dapat tersampaikan dengan baik, dan mendapat respon yang berkelanjutan sehingga tujuan dari kampanye ini akan tercapai.

Kata Kunci : Kampanye, ILM, Pengenalan, Hidroponik, Sayuran, Teknik Bercocok Tanam, Rusun, Kota Yogyakarta

ABSTRACT

The demand of vegetable needs can't be denied in human daily life, but the fact about a lot of pesticide vegetables is becoming a problem that threatened us. Because when the pesticide vegetables are consumed and accumulated in our body, it can cause some serious diseases like cancer and many others. There is an alternative way to have a healthier lifestyle by planting your own vegetables. In urban city area, a lack of planting space is a very common problem. This happens because usually the space is occupied by the housing complex and business centre. This problem is also felt by the occupants of Yogyakarta housing complex, and it's becoming social issues. The misconception about urban farming in society that is said to need a lot of efforts and huge space for city farming makes them doubtful to try. Therefore, the hydroponic planting technique is urgently needed to be shared for the city citizen. This technique will enriched the knowledge of city farming with a limited space. This campaign will have a positive effect to fulfill a family daily needs of healthy vegetables. It will also increase the vegetable production in the city of Yogyakarta. By applying this planting technique, it is expected that the local housing community of Yogyakarta will be self sufficient in supplying their vegetable needs. Yogyakarta provincial office of agriculture and HIJO community, a hydroponic community in this city, have a huge potential to be the solution of the urban farming problems. Therefore, with this campaign hopefully the solutions can easily be communicated to the people and at the end can solve the problem.

Keywords : Campaign, Public Service Advertising, Introducing, Hydroponic, Vegetables Planting Technique, Yogyakarta Housing Complex

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN DEDIKASI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Perancangan	4
D. Lingkup Perancangan	4
E. Manfaat Perancangan	5
F. Metode Perancangan	6
G. Metode Analisis Data	8
H. Skematika Perancangan	9
BAB II. IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA	10
A. Landasan Teori	10
1. Tinjauan tentang Kampanye	10
2. Tinjauan tentang Iklan Layanan Masyarakat	14
3. Tinjauan tentang Hidroponik	23
4. Tinjauan Rusun	32
B. Identifikasi Data	33
1. Data Geografis dan Demografi Kota Yogyakarta	33

2. Data Rusun Kota Yogyakarta	34
3. Data Hasil Wawancara	42
4. Lembaga Penyelenggara	44
5. Hari Bumi	49
6. Jenis Kegiatan	50
C. Analisis Data	50
D. Kesimpulan	51
E. Usulan Pemecahan Masalah	52
BAB III. KONSEP PERANCANGAN	53
A. Tujuan & Strategi Komunikasi	53
B. Konsep Kreatif	54
1. Tujuan Kreatif	54
2. Strategi Kreatif	55
3. Program Kreatif	57
a. Tema Pesan	57
b. Strategi Penyajian Pesan	58
c. Pengarahan Pesan Visual	58
d. Penulisan Naskah	67
C. Konsep Media	85
1. Tujuan Media	85
2. Strategi Media	87
a. Khalayak Sasaran	87
b. Pemilihan Media	88
c. Deskripsi Media	89
3. Program Media	95
a. Jadwal Media	95
b. Biaya Media	96

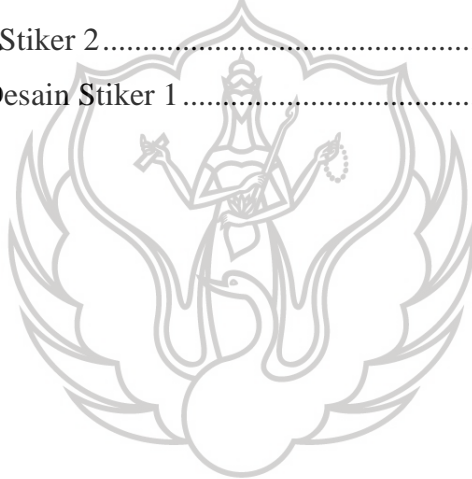
BAB IV VISUALISASI	100
A. Logo Kampanye	100
B. Judul Kampanye	107
C. Maskot	108
D. Media Utama	110
1. Buku	110
2. Poster	123
E. Media Pendukung	127
1. <i>X-Banner</i>	127
2. <i>Flyer</i>	129
3. <i>T-Shirt</i>	130
4. <i>Mug</i>	131
5. Pin	132
6. Stiker	134
BAB V KESIMPULAN	137
A. Kesimpulan	137
B. Saran	138
DAFTAR PUSTAKA	139
LAMPIRAN	142

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 . ILM “ <i>I want to be a bench. Recycle me</i> ”	17
Gambar 2 . ILM Keluarga Berencana	18
Gambar 3. <i>Billboard</i> , salah satu contoh media lini atas	21
Gambar 4. <i>Merchandise</i> , salah satu contoh media lini bawah	22
Gambar 5. <i>Ambient Media</i> , sebagai <i>Unconventional Media</i>	23
Gambar 6. Dr. William Frederick Gericke	24
Gambar 7. <i>Wick System</i>	27
Gambar 8. <i>Floating System</i>	28
Gambar 9. <i>Ebb and Flow System</i>	29
Gambar 10. <i>NFT System</i>	30
Gambar 11. <i>Drip System</i>	31
Gambar 12. <i>Aeroponic System</i>	32
Gambar 13. Lokasi Rusunawa Cokrodirjan	36
Gambar 14. Halaman Rusunawa Cokrodirjan	37
Gambar 15. Kondisi Lingkungan Rusunawa Cokrodirjan.....	38
Gambar 16. Sayur yang Ditanam Penghuni Rusun	39
Gambar 17. Kondisi Lingkungan Rusunawa Juminahan	41
Gambar 18. Logo Dinas Pertanian Kota Yogyakarta.....	45
Gambar 19. Logo Hidroponik Jogja	46
Gambar 20. Kegiatan Pelatihan Hidroponik	47
Gambar 21. Pelatihan Hidroponik di SLB	48
Gambar 22. <i>Color Picker</i>	59
Gambar 23. <i>Watercolor Illustration</i>	62
Gambar 24. <i>Typeface Blue Highway</i>	63
Gambar 25. <i>Typeface Wilmina</i>	63
Gambar 26. <i>Typeface Trash Hand, Reklame Script DEMO, Simplicity</i>	63
Gambar 27. <i>Typeface Fabrik</i>	64
Gambar 28. <i>Typeface Utsaah</i>	65
Gambar 29. <i>The New Typography Poster</i>	66

Gambar 30. Bibit Sayur.....	100
Gambar 31. Sketsa Penjaringan Visual.....	101
Gambar 32. Studi Ikon	101
Gambar 33. Studi Tipografi	102
Gambar 34. Alternatif Logo Kampanye.....	102
Gambar 35. Evaluasi Alternatif Logo Kampanye.....	104
Gambar 36. Final Desain Logo Kampanye (B/W).....	104
Gambar 37. Final Desain Logo Kampanye (<i>Full Color</i>)	105
Gambar 38. Skala Logo Kampanye	105
Gambar 39. <i>Grid System</i> Logo Kampanye	106
Gambar 40. Sketsa Judul Kampanye	107
Gambar 41. Final Desain Judul Kampanye.....	107
Gambar 42. Sketsa Maskot	108
Gambar 43. Final Desain Maskot.....	109
Gambar 44. <i>Rough Layout Cover Book</i>	110
Gambar 45. Final Desain <i>Cover Book</i>	110
Gambar 46. <i>Rough Layout</i> Isi Buku.....	111
Gambar 47. Final Desain Isi Buku.....	112
Gambar 48. Sketsa Poster ILM 1	123
Gambar 49. Final Desain Poster ILM 1	123
Gambar 50. Sketsa Poster ILM 2	124
Gambar 51. Final Desain Poster ILM 2	124
Gambar 52. Sketsa Poster ILM 3	125
Gambar 53. Final Desain Poster ILM 3	125
Gambar 54. Sketsa Poster <i>Event</i>	126
Gambar 55. Final Desain Poster <i>Event</i>	126
Gambar 56. Sketsa <i>X-Banner</i>	127
Gambar 57. Final Desain <i>X-Banner</i>	128
Gambar 58. Sketsa <i>Flyer</i>	129
Gambar 59. Final Desain <i>Flyer</i>	129
Gambar 60. Sketsa <i>T-Shirt</i>	130

Gambar 61. Final Desain <i>T-Shirt</i>	130
Gambar 62. Sketsa <i>Mug</i>	131
Gambar 63. Final Desain <i>Mug</i>	131
Gambar 64. Sketsa Pin 1	132
Gambar 65. Final Desain Pin 1	132
Gambar 66. Sketsa Pin 2	133
Gambar 67. Final Desain Pin 2	133
Gambar 68. Sketsa Stiker 1	134
Gambar 69. Final Desain Stiker 1	134
Gambar 70. Sketsa Stiker 2	135
Gambar 71. Final Desain Stiker 2	135
Gambar 72. Sketsa Stiker 2	136
Gambar 73. Final Desain Stiker 1	136



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Faktor/Alasan Menanam	44
Tabel 2. Rangkaian Acara Kegiatan Pelatihan Hidroponik	94
Tabel 3. Program Media	95
Tabel 4. Tabel Jadwal Media	96



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Makanan/pangan merupakan salah satu kebutuhan pokok di samping sandang dan papan yang sangat diperlukan oleh tubuh yang harus selalu terpenuhi kebutuhan nutrisinya setiap hari. Tanpa makanan tubuh akan menjadi lemas dan tidak bertenaga. Apalagi di zaman modern seperti saat ini, dimana jenis pekerjaan manusia yang semakin bertambah banyak dan kompleks, sangat membutuhkan nutrisi dan gizi yang cukup dari makanan agar tubuh tetap sehat dan terjaga. Namun kenyataannya, hingga saat ini makanan yang sangat dibutuhkan nutrisinya seperti sayuran dan buah justru berpotensi menjadi racun yang bisa membahayakan tubuh manusia. Profesor Ahmad Sulaeman, seorang pakar keamanan pangan dan gizi dari Institut Pertanian Bogor, mengatakan bahwa potensi itu tak lepas dari cemaran bahan kimia pertanian, seperti pestisida yang melebihi ambang batas kewajaran (ipbmag.ipb.ac.id, 2015).

Peneliti Kesehatan Masyarakat dari Universitas Gadjah Mada, Nurul Kodriati, M.Med Sc., mengatakan saat ini banyak petani menggunakan berbagai bahan kimia untuk menjaga tanaman dari serangan hama. Tak cukup satu macam, satu jenis buah atau sayuran bisa menggunakan 17-55 macam bahan kimia yang berbeda. Buah yang paling banyak terpapar pestisida sehingga banyak residu yang menempel di kulitnya adalah apel, pir, serta anggur. Sementara pada sayuran, jenis yang paling banyak terpapar bahan kimia adalah seledri, bayam, paprika, dan wortel. Dampak bahan kimia tersebut bisa bermacam-macam, tergantung pada jenis bahan kimianya dan seberapa banyak kita terpapar. Jika zat berbahaya tersebut terakumulasi dalam tubuh, sedikitnya akan menimbulkan empat efek, yakni efek karsinogen (bisa menimbulkan kanker), *hormone disruptor* (mengganggu sistem hormonal), *neurotoxin* (mempengaruhi sistem saraf), (www.femina.co.id, 2012). Berdasarkan data dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM)

Indonesia (2010), cemaran bahan kimia menempati urutan ketiga sebagai agen penyebab keracunan pangan yakni sebesar 19,13%. Urutan pertama ditempati mikrobiologi (life.viva.co.id, 2011).

Cara menghindari resiko buruk sayuran dan buah-buahan berpestisida sebenarnya cukup banyak dan mudah, antara lain adalah dengan menghilangkan pestisida yang masih tersisa, yaitu dengan mencuci sayuran dan buah hingga bersih, juga diusahakan untuk memilih buah dan sayuran organik (tidak menggunakan bahan kimia). Selain itu cara lain untuk mendapatkan sayuran segar tanpa pestisida adalah dengan menanam sayuran organik sendiri.

Dewasa ini, banyak orang telah mencoba menanam sayuran secara mandiri dengan tujuan untuk mendapatkan hasil bercocok tanam yang segar dan sehat untuk dikonsumsi oleh keluarga. Namun kenyataannya lahan yang dibutuhkan untuk bercocok tanam justru terbatas, terlebih kondisi lahan di daerah perkotaan yang saat ini bisa dibilang minim. Di Kota Yogyakarta, berdasarkan data Bidang Pertanian Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan Pertanian (Disperindagkoptan) Kota Yogyakarta, rata-rata penyusutan lahan pertanian di Kota Yogyakarta mencapai satu hektar setiap tahunnya. Bahwa penyusutan lahan pertanian tersebut terjadi karena adanya alih fungsi lahan. Alih fungsi lahan ini dipengaruhi oleh kebutuhan akan permukiman, perkantoran serta bangunan usaha (republika.co.id, 2012).

Salah satu solusi yang bisa mewujudkan keinginan untuk bercocok tanam sendiri tanpa penggunaan lahan yang luas adalah dengan melakukan sistem bertanam hidroponik. Hidroponik atau istilah asingnya *hydroponic*, adalah istilah yang digunakan untuk menjelaskan beberapa cara bercocok tanam tanpa menggunakan tanah sebagai tempat menanam tanaman, atau dapat juga digunakan tanah tetapi hanya sebagai penopang tanaman saja. Istilah ini di kalangan umum lebih populer dengan sebutan berkebun tanpa tanah (Lingga, 1999:3). Secara sederhana, hidroponik adalah metode budidaya tanaman dengan menggunakan air yang diperkaya dengan nutrisi, bukan tanah. Hal ini membuat parameter seperti nutrisi, pengendalian hama,

dan pencahayaan lebih mudah dikelola. Hidroponik juga tidak memerlukan pemakaian herbisida dan pestisida beracun sehingga lebih ramah lingkungan dan sayuran yang dihasilkan pun akan lebih sehat. Bertanam dengan hidroponik akan menghasilkan tanaman berkualitas baik dan bebas kimia.

Perangkat tanam hidroponik dapat dibuat dari barang-barang bekas seperti galon plastik bekas cat tembok, botol-botol plastik bekas air mineral ataupun *soft drink*, dapat juga dirangkai dengan pipa-pipa paralon yang sangat mudah didapatkan di toko-toko bahan bangunan di sekitar kita. Dalam prakteknya, teknik hidroponik dengan bahan-bahan yang sederhana tersebut sangat cocok diterapkan untuk lahan sempit seperti perumahan modern minimalis, maupun bangunan hunian vertikal seperti apartemen dan rumah susun.

Hidroponik yang merupakan salah satu metode dan jenis pertanian kota ini dapat menjadi solusi alternatif untuk permasalahan yang ada dalam apartemen maupun rumah susun di Kota Yogyakarta. Selain sebagai solusi bertanam untuk lahan sempit, juga bisa sebagai ruang hijau pada hunian. Hal ini sangat dimungkinkan untuk mengatasi permasalahan pencemaran udara di dalam hunian apartemen maupun rusun yang timbul akibat kecenderungan warga hunian yang sering menghabiskan waktu di dalam ruangan dengan kuantitas yang lebih lama, keterbatasan luar ruang, ventilasi yang kurang memadai, dan penggunaan pengharum ruangan secara eksekusif. Untuk itu dengan penanaman tanaman secara hidroponik dapat bermanfaat untuk menahan panas dari luar, mengurangi tingkat kebisingan suara, mengurangi polusi udara, meningkatkan suplai oksigen, mengurangi gejala *sick building syndrome*, serta yang paling utama adalah dapat mencukupi kebutuhan akan sayur setiap hari. Untuk itu, memperkenalkan teknik bertanam hidroponik kepada warga yang tinggal di dalam hunian vertikal seperti rusun dibutuhkan suatu strategi komunikasi dengan mengembangkan visual untuk menumbuhkan kesadaran pada target audiens tentang cara mudah bercocok tanam secara hidroponik dan mengetahui manfaat apa saja yang bisa didapat dari melakukan kegiatan hidroponik tersebut.

Aktivitas seperti ini sangat pantas untuk diapresiasi, karena sangat mendukung gaya hidup bersih sehat dan ramah lingkungan. Hidroponik dalam skala rumah tangga bukan sesuatu yang sekedar “main-main”, atau sekedar aktivitas *ngabuburit* mengisi waktu luang. Jika dilakukan secara serius bisa benar-benar menghasilkan bahan pangan mandiri berupa sayur-mayur maupun buah-buahan yang berkualitas tinggi untuk mencukupi kebutuhan nutrisi harian bagi sebuah keluarga, dan dapat menciptakan hunian/tempat tinggal yang asri karena adanya ruang hijau meski di lahan sempit sekalipun. Selain itu jika dilakukan terus menerus atau berkesinambungan, tidak menutup kemungkinan swasembada pangan akan terwujud.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang kampanye pengenalan teknik bertanam secara hidroponik sebagai alternatif bercocok tanam lahan sempit bagi penghuni rusun di Kota Yogyakarta?

C. Tujuan Perancangan

Merancang kampanye untuk mengenalkan teknik bertanam secara hidroponik sebagai alternatif bercocok tanam lahan sempit yang berguna bagi penghuni rusun di Kota Yogyakarta.

D. Lingkup Perancangan

1. Luas Wilayah dan Lokasi Implementasi

Sebagai bahan perancangan, penelitian dan wawancara akan dilakukan di Kota Yogyakarta. Dengan sampel beberapa rumah susun yang terletak di kawasan Kota Yogyakarta.

2. Target Penelitian

Target penelitian yang dipilih sebagai sumber informasi terpercaya adalah mereka yang ahli dalam bidang bercocok tanam khususnya teknik bertanam hidroponik. Dalam hal ini termasuk dengan para hobiis/pecinta

bercocok tanam hidroponik yang tergabung dalam komunitas Hidroponik Jogjakarta (HI-JO). Sementara target penelitian sekunder yang akan dimintai keterangan melalui pertanyaan (wawancara) adalah pria-wanita usia dewasa 22-60 tahun yang sudah berkeluarga dan tinggal di dalam rusun di daerah Kota Yogyakarta. Dalam hal ini penentuan target sekunder dimaksudkan untuk mendapatkan hasil/data yang berisi sejauh mana pengetahuan mereka tentang cara bercocok tanam hidroponik. Seberapa besar pula keingintahuan dan antusiasme mereka untuk mencoba teknik ini.

3. Target Audiens

Target audiens yang dipilih sebagai target primer dari kampanye yang akan dilakukan ini adalah warga (penghuni) rusun yang ada di Kota Yogyakarta, dengan kategori wanita-pria kisaran umur 22-60 tahun (usia dewasa). Selanjutnya target sekunder yang lebih umum adalah masyarakat luas yang tinggal di Kota Yogyakarta.

E. Manfaat Perancangan

1. Bagi Mahasiswa

Perancangan ini diharapkan dapat membantu ataupun mampu memberikan informasi dan pengetahuan tentang bagaimana merancang sebuah kampanye sosial untuk mengenalkan teknik hidroponik sebagai alternatif bercocok tanam yang berguna bagi masyarakat yang tinggal di rumah hunian vertikal (rusun).

2. Bagi Masyarakat/Target Audiens

Masyarakat sebagai target audiens mendapatkan pengetahuan dan dapat mengenal lebih jauh tentang teknik bertanam hidroponik. Bahwa hidroponik dapat dilakukan dalam skala rumahan/kecil dengan biaya yang murah dan hasil yang maksimal. Serta dapat merasakan manfaat karena adanya ruang hijau meski berada di lahan sempit.

3. Bagi Institusi

Perancangan karya ini dapat menjadi sumbangsih dan kontribusi bagi sumber ilmu pengetahuan baru, yang dapat dipakai dan bermanfaat bagi khalayak umum dalam lingkup institusi yang membutuhkan sumber informasi tambahan.

F. Metode Perancangan

1. Data yang Dibutuhkan

a. Data Verbal

Yakni data berupa teori-teori yang didapat dari sumber-sumber referensi terpercaya, baik dari buku, surat kabar, artikel internet, dan data literatur lainnya yang dapat mendukung proses perancangan sehingga mendapatkan informasi yang memadai dan dituangkan dalam visualisasi.

b. Data Visual

Yakni data yang diperoleh melalui dokumentasi berupa foto maupun video yang berkaitan dengan tema yang diangkat dalam perancangan.

2. Metode Pengumpulan Data

a. Data Primer

1) Wawancara Narasumber Terkait

Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang terkait dengan topik perancangan secara langsung oleh pewawancara kepada narasumber, kemudian jawaban tersebut ditulis atau direkam untuk selanjutnya dianalisis sehingga mendapatkan informasi dan data yang akurat. Narasumber yang akan ditunjuk sebagai sumber informan utama yakni orang yang tergabung dalam sebuah komunitas pecinta hidroponik lingkup Yogyakarta yang bernama komunitas HIJO (Hidroponik Jogja).

2) Wawancara Target Audiens

Yaitu mengajukan beberapa pertanyaan terkait dengan topik perancangan kepada responden secara lisan, dengan tujuan untuk mengetahui dan memahami lebih dalam respon atau komentar beberapa responder terhadap teknik bertanam hidroponik. Penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* atau *judgmental sampling*, cara penentuan sampel dengan mendasarkan pada ciri-ciri tertentu yang hanya dimiliki oleh responden yang bersangkutan.

b. Data Sekunder

Data untuk mendapatkan informasi/pustaka didapat dari beberapa literatur baik dari buku, makalah, jurnal, internet, dan media masa sebagai referensi dari sumber-sumber yang memuat informasi mengenai topik perancangan dan landasan teori yang digunakan.

c. Studi Dokumentasi

Yakni data yang diperoleh dari dokumentasi berupa foto maupun video yang dapat mendukung proses perancangan terkait.

3. Instrumen/Alat Pengumpulan Data

- a. Kamera untuk mendokumentasikan obyek penelitian rusun berupa gambar atau foto.
- b. Alat perekam untuk membantu merekam data wawancara terhadap responden penghuni rusun.
- c. Alat tulis untuk mencatat hal-hal yang terjadi di lapangan terutama pada saat mendapat informasi yang diperlukan.
- d. *Checklist* data sebagai acuan mendapatkan data yang diperlukan dalam melakukan analisis data.
- e. Pedoman wawancara sebagai acuan dalam melakukan wawancara sehingga informasi yang didapatkan tidak keluar dari sasaran yang telah ditentukan.

G. Metode Analisis Data

1. Metodologi Penelitian

Jenis metodologi yang akan dipakai dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan jenis metodologi penelitian lapangan, dengan tujuan untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang dan interaksi lingkungan suatu unit sosial, baik individu, kelompok, lembaga, atau masyarakat. Jenis metodologi penelitian tindakan juga dapat dijadikan sebagai acuan penelitian. Metodologi ini bertujuan untuk mengembangkan keterampilan-keterampilan baru, cara pendekatan baru atau suatu produk pengetahuan baru untuk memecahkan masalah dengan penerapan langsung di lapangan secara nyata.

2. Analisis Data

Metode analisis yang digunakan di dalam perancangan kampanye ini adalah menggunakan metode analisis 5W+1H (*What, Who, Why, Where, When, dan How*). Kemudian dari data-data tersebut akan dilakukan analisis lebih lanjut dan evaluasi untuk menjawab pertanyaan tersebut kemudian menyelesaikan masalah yang ada dari data-data yang telah didapat. Dan dapat memecahkan masalah komunikasi pesan dalam kampanye ini secara komunikatif, efisien, dan estetis. Analisis 5W+1H dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. *What* (Seperti apa perancangannya?)
- b. *Who* (Siapa target perancangan kampanye?)
- c. *Why* (Mengapa perlu dilakukan perancangan kampanye?)
- d. *Where* (Di mana proses kampanye berlangsung?)
- e. *When* (Kapan terealisasinya kegiatan kampanye?)
- f. *How* (Bagaimana bentuk perancangannya?)

H. Skematika Perancangan

